

Debash (Rockagent): «Industrializzando la mediazione si ha un servizio uniforme e di alta qualità»

AGENTI MIGLIORI CON IL PROPTTECH

Integrare relazioni e servizi digitali per sfruttare i trend di mercato

DI FABRIZIO DE FEO

La parola PropTech, termine che deriva dalla fusione di property e technology, definisce un segmento dell'immobiliare che punta con forza sulla trasformazione digitale. RockAgent è una agenzia che rientra appieno in questa definizione e che si propone sul mercato con un modello ibrido. «Il nostro obiettivo è quello di industrializzare il processo di mediazione immobiliare garantendo un servizio uniforme e di alta qualità da Milano a Catania», descrive **Daniel Debash**, fondatore dell'azienda. «Per fare questo stiamo investendo molto in tecnologia, processi, marketing, formazione e ricerca e selezione di nuovi professionisti per aumentare la copertura del territorio».

Il punto di partenza dell'attività di RockAgent è la presa d'atto che algoritmi, big data e approccio full digital non sostituiranno gli agenti, ma li potenzieranno ed esalteranno. «Comprare casa non è come prenotare un viaggio o una polizza assicurativa. Attività meccaniche o con



non legati alla mediazione, oggi attraverso l'industrializzazione dei processi e le creazioni di team specializzati il professionista può concentrarsi sulla mediazione in senso stretto. Questo approccio consente di offrire un servizio di qualità uniforme a livello nazionale. «Dopo 3 anni dal lancio, copriamo 150 comuni e abbiamo gestito oltre 3.500 incarichi in esclusiva. Il nostro obiettivo quotidiano è migliorare l'esperienza per tutte le parti coinvolte: venditore, acquirente e agente immobiliare e per questo è essenziale

un dialogo costante con la rete e investimenti in tecnologia». L'occasione è enorme in un mercato da 3 miliardi di provvigioni annue. «Così come accaduto per altri settori, i nuovi player con tecnologie industriali conquisteranno ampie quote di mercato. Nel caso della mediazione immobiliare tuttavia, l'integrazione di due mondi, tradizionale e digitale, consentirà agli agenti di mantenere il ruolo di protagonisti e, al contrario rispetto agli altri settori, di cavalcare una nuova onda di crescita e sviluppo della professione». (riproduzione riservata)

basso coinvolgimento emotivo saranno sempre più appannaggio esclusivo delle macchine. Non è così per la compravendita immobiliare, una delle scelte più delicate nella vita di una

persona. Per questo il ruolo del mediatore resta centrale. Sarebbe però un errore pensare che, in un mondo di specializzazione, l'agente possa presidiare da solo tutta la componente tecnologica. La tecnologia offrirà strumenti che

l'agente userà a proprio vantaggio e a fornirglieli saranno realtà PropTech sempre più evolute».

La digitalizzazione, insomma, rafforzerà la figura dell'agente. Per il team di RockAgent, per esempio, è emerso un tempo medio di vendita nelle grandi città di circa 45-60 giorni, contro una media di settore di 109 giorni. Inoltre nei primi 3 trimestri 2021, gli agenti della società sono arrivati a fatturare mediamente 82mila euro (con picchi nelle grandi città di 200mila euro), superando di tre volte la media di settore. Questo modello ha permesso

a RockAgent di realizzare un +330% in termini di fatturato nel 2020 e le proiezioni per il 2021 parlano di un ulteriore raddoppio sull'anno precedente. «Collaborare con le realtà immobiliari più innovative permetterà agli agenti immobiliari di essere guidati nella trasformazione digitale, traendone enormi benefici. È questo il futuro della professione: un consulente formato, con approccio digitale, supportato da realtà tecnologiche in grado di esaltare la centralità del mediatore», illustra Debash.

Se prima l'agente si occupava di tutto, compresi molti oneri



Daniel Debash

Aggiornare le competenze per affermare la centralità della consulenza. Così Divulgare riunisce i protagonisti emergenti di tutta la filiera

Meno operatori, più franchising, una componente femminile in crescita, un ruolo ancora da definire per le start-up della mediazione. Il mercato immobiliare si muove anche in queste direzioni. Lo rappresenta bene il report Reti e Aggregazioni immobiliari, che rileva una lieve riduzione del numero degli operatori, passati da 49.346 del 2020 a 49.177 del 2021 (-0,44%) e, nello stesso tempo, una crescita per il franchising immobiliare, con il numero degli agenti affiliati che passa da 5.375 del 2020 a 5.606 del 2021 (+4,30%). Le reti coprono l'11,39% del mercato delle agenzie. Il settore nel suo complesso necessita di politiche del lavoro più incisive, che sappiano includere giovani e donne, che stimolino maggiore fiducia nel digitale e che facciano più sistema per supportare le startup vicine alla mediazione.

A questi temi, e anche a tanti altri, sono dedicati gli incontri di confronto organizzati da **Gerardo Paterna**, founder di Divulgare, ultimo dei quali l'evento Sinergie 2021 svoltosi po-

che settimane fa. «In quella occasione abbiamo affrontato temi come il cambiamento di marcia nel mondo del lavoro, l'influenza dei dati nel processo decisionale, le nuove opportunità di specializzazione nell'immobiliare, green economy e tendenze», spiega l'organizzatore dell'evento. «Bisogna superare il concetto di valore legato alla mera compravendita, per andare a scoprire come costruire nuove competenze che rendano la consulenza imprescindibile. Il valore relazionale è la pietra angolare della mediazione».

Tra i protagonisti del mercato presenti Reviva per la vivacizzazione delle aste immobiliari, Kaaja per le aste immobiliari tra privati, Casacash come nuovo instant buyer milanese, eXp come network digitale globale della mediazione (con oltre 68mila agenti nel mondo). Ma c'è stato anche un focus speciale sugli agenti come elemento essenziale per la compravendita che ha visto protagonista Casavo, primo instant buyer italiano, insieme ad Al Tuo Fianco, società di servizi digitali e di connettività e primo partner italiano di Wind. Presenti anche Regold, il primo marketplace di servizi digitali per l'agente immobiliare; Reopla, startup attiva nei dati per la valutazione; Opisas che ha presentato un'indagine condotta in collaborazione con Fimaa sugli investimenti immobiliari in Italia e all'estero. Gate-away.com, portale di annunci



Gerardo Paterna

per la vendita degli immobili italiani all'estero, ha raccontato com'è stata influenzata da pandemia e Brexit la ricerca da parte degli acquirenti stranieri. Novità anche in ambito Crm con Gestim, società acquisita da Idealista, che rilascerà a breve nuove funzionalità nel suo software di gestione e con onOffice, Crm tedesco presente in otto mercati europei. Contributi interessanti anche da parte delle utility come Skanner (informazioni immobiliari territoriali), Total render (render e planimetrie) e dalle principali società di formazione: Oid-Nar con le designazioni internazionali riconosciute in 85 paesi al mondo e Osm - Open source management per la formazione manageriale dei professionisti della mediazione. «Anche quest'anno, insomma, Sinergie si è dimostrato un veicolo di aggregazione che costruisce comunità professionali e relazioni», conclude Paterna, «proponendo un confronto capace di creare valore per tutta la filiera dei servizi immobiliari». (riproduzione riservata)

Riccardo Bonetti



Un momento dell'evento Sinergie 2021 di Divulgare